

Az európai ruházati ipar esélyei Ázsiával szemben

Jankovitsné dr. Varró Veronika

A XXI. században a fogyasztási cikkek piaca a kibővült Európai Unióban egyfelől óriási lehetőségeket rejt, másfelől viszont ezeket a lehetőségeket megtalálni és megragadni, konkrét üzleti projektekre váltani nem egyszerű feladat.

A versenyképességhez a kereskedelem alapvető kérdéseire: **Mit? Kinek? Hogyan?** – kell megtalálnunk a helyes választ függetlenül attól, hogy textil- ill. ruházati gyártóként kapacitást vagy terméket kívánunk-e értékesíteni.

Cikkünk a **Hogyan?** egyik lényeges elemével, az **üzleti kommunikációval**, annak is egy aktuális innovációjával foglalkozik.

A piaci háttérrel általában

Az elmúlt években a textil- és ruházati cikkek piaca keresleti és kínálati oldalról is ketté szakadt:

- **Keresleti oldalról** vertikális a kettészakadás: a piramis alján vannak a névtelen, vagy gyakorlatilag annak tekinthető tömegárúk, közepes vagy annál gyengébb minőségben, alacsony, gyakran dömpingnek tekinthető árszinten, amik európai termelő számára garantáltan csak veszteséget eredményezhetnek. A piramis felső részét az ismertebb vagy kevésbé ismert márkás árúk foglalják el, ami egyébként itt is erősen versenypiac, de minőségi termékekről van szó és árszintjük jó közepes, vagy attól felfelé helyezkedik el.

- **Kínálati oldalról** a kettészakadás emellett horizontálisan is megjelenik, földrajzi régiókhoz kötődően: az olcsó tömegárúk forrása gyakorlatilag kizárólag Ázsia és a Távol-Kelet fejlődő országai (kiemelt szerepet játszik Kína), a márkás árúk nagyszériás, tömegszerű kínálata termelői oldalról szintén elsősorban ebből a régióból származik. Az európai termelők funkciója egyre inkább a kisebb szériás (akár egyedi igényeket is kielégítő), rövidebb szállítási határidőt igénylő, magas igény szintű árúk gyártására és a kollekciók kifejlesztésére, az innovációra és a fejlett technológia igényes gyártásra korlátozódik.

Az ilyen típusú vevőigények kiszolgálásához **a gyors, pontos, hatékony kommunikáció alapvető igény**. A számítógépesítés és az internet az elmúlt másfél évtizedben világviszonylatban forradalmasította a telekommunikációt, és számos gazdasági ágban meggyorsította az innovációt. Műszaki-technológiai téren ez a textil-, a ruházati és a cipőiparban is éreztette hatását, az üzleti folyamatokban azonban az internet adta eszközök fel-



használása általában messze elmaradt a lehetőségektől. A kiélezett versenyhelyzetben Nyugat-Európa már rádöbbsent, hogy ennek a szektornak a hosszú távú versenyképességéhez elengedhetetlen az internet technológiák adaptálása az iparág üzleti folyamataiba.

Az eBiz projekt

Az Európai Bizottság kezdeményezésére 2 évvel ezelőtt elkezdtek kidolgozni egy olyan egységes, internet alapú üzleti kommunikációs rendszert, melynek célja **a textil-, a ruházati és a cipőipar** (Textile, Clothing, Footwear – TCF) **üzleti folyamatainak harmonizációja**, beleértve ebbe **az okmány- és adatáramlás egységesítését**, valamint **a folyamatok felgyorsítását az ellátási lánc szereplői online együttműködésének megteremtésével**. Ezzel kívánják elősegíteni, hogy a szektor hosszú távon meg tudjon felelni a felgyorsult piaci tempónak és versenyképes szereplője legyen az ellátási láncnak, a távol-keleti áruval szemben az igényes, személyre szabott vevőkiszolgálás területén.

Az eBIZ projekt az ellátási lánc működésének innovációját, a korszerű, versenyképes üzleti modellt jelenti a kis- és középvállalkozások részére. Megfelelő informatikai háttérrel versenyelőnyt biztosít a résztvevő cégeknek mindennapi munkájuk során. Az online módon összekötött vállalkozások (döntően kis- és középvállalkozások) a korszerű internet technológián keresztül **virtuális integrációt** hoznak létre, amely gyorsasága, pontossága és költséghatékonysága révén versenyképessé teszi az egymástól független, de együttműködő partnereket a vertikálisan integrált „nagyokkal” is. A gyors adatátvitel egyben jobb vevőkiszolgálást, a vevőigényekre való gyors reagálást is jelenti. Az egymástól független üzleti partnerek eltérő rendszerei közvetlen online együttműködésének megteremtéséhez (interoperabilitás) megfelelő informatikai háttérrel kell kiépíteni, aminek költsége nagymértékben függ a fogadó cég meglévő informatikai adottságaitól.

Mind a beszerzési/gyártási piac mind az értékesítési piac érintett az eBIZ projektben, az egységes kommunikáció köti majd össze őket. Ehhez széles körben szemléletváltásra van szükség, mert a jelenleg jól működő üzleti tevékenységeket kell felváltani egy új, ma még többnyire ismeretlen módszerrel.

Azok a vállalatok, amelyek részt vesznek és csatlakoznak az eBIZ-hez, sokkal versenyképesebbé válhatnak, mint azok, amelyek megma-



radnak a hagyományos üzleti modelleknél és a hagyományos kommunikációs csatornáknál. Ezért nagyon fontos, hogy Magyarország ezen a téren lépést tudjon tartani Európával, és meg kell találni a módot arra, hogy minél több magyar vállalat csatlakozhasson ehhez a projekthez.

Az eBiz projekt a következő lépéseket jelentette:

1. A korszerű internet technológiák alkalmazása az üzleti folyamatokban (eBIZ) az Európai Unió textil-, ruházati és a cipőiparában, helyzetfelmérés.

Az egyes cégek sokféle e-business rendszert és protokollt használnak. Sajnos ezeket általában úgy alakították ki, hogy nem, vagy csak igen csekély mértékben tudnak kapcsolatot teremteni más országok felhasználóival, de akár a szemben lévő franchise üzlettel is.

A folyamatos technológiai fejlődés különböző e-business protokollokkal rendelkező, eltérő megoldásokhoz vezetett. Az eltérő protokollokkal és specifikumokkal rendelkező rendszerek az e-business szélesebb körű alkalmazásának egyik fő akadályát jelentik.

Az **interoperabilitás** tehát elengedhetetlen ahhoz, hogy az ellátási lánc integrációja megtörténhessen, valamint, hogy a globális adatátvitel mennyisége és minősége javuljon.

2. Egységes *technikai keretrendszer* (Reference Architecture, RA) kidolgozása, amely az üzleti folyamatoknak és azok okmányainak egységesítését alapozza meg, beleértve az elektronikus adatátvitel igényeit is.

Az RA Kézikönyv olyan útmutató dokumentum, amely lehetővé teszi az interoperabilitást a divatipar számára. Ez az eBIZ egyik fő eleme, amely vázolja a folyamatok általános jellemzőit és bemutatja azt a szerkezetet, amelynek alapján a beszállítók, gyártók és kiskereskedők egymástól eltérő rendszerei között akadálytalan kommunikáció (interoperabilitás) teremthető meg. Két alapvető részből áll:

a) Downstream: a kereskedők és a gyártók közötti üzleti folyamatok,

b) upstream: a gyártók és beszállítói közötti folyamatok.

Ha a cégnél a vezetői döntés megszületett, az RA Kézikönyv már a szervező és a számítógépes szakembereknek szól.

Az RA Kézikönyv célja, hogy a vállalatokat alkalmassá tegye az elektronikus úton történő adatcserére és az üzleti folyamatok egységes intézésére. A kézi-

könyv nyilvános specifikációk és források rendszere, nem egy másik software csomag.

3. Kísérleti alanyok (17 tesztüzemben, összesen 150 céget bevonva, 20 európai uniós tagország részvételével) tesztelték a kidolgozott rendszert, az egymás közötti működtetés megfelelőségét (inter-operability). A kísérletben textil-, ruházati és cipőipari vállalatok vettek részt, bizonyítva az RA Kézikönyv alkalmasságát az üzleti okmányok cseréjére az ellátási lánc mindkét fő területén: a beszállítók és a gyártók között, valamint a gyártók és kiskereskedők között.

A harmonizált eBIZ előnyei sok esetben könnyen számszerűsíthetők: leginkább a **költségmegtakarítást, a hibátlanságot, a ráfordított idő csökkenését** jelentették így nagymértékben találkoztak a kis- és középvállalkozások igényeivel.

Más jelentős előnyök is mutatkoztak, amelyek azonban nem voltak azonnal számszerűsíthetők: a vevőknek és/vagy fogyasztóknak nyújtható jobb szolgáltatás; új partnerek, új piacok elérhetősége és az együttműködés lehetősége, a vezetői döntésekhez több adat áll rendelkezésre és jobb a piaci időzítés.

4. A korszerű internetes technológiák alkalmazása nyomán a *gyártó/kereskedő számára jelentkező előnyök tudatosítása* annak érdekében, hogy az eBIZ az Európai Unió textil-, ruházati és cipőipari szektorában 7-8 éven belül teljes körűvé váljon.

Az eBiz Magyarországon

A projekt megismertetését a magyar ruházati ipar szereplőivel (gyártók és kereskedők) A Textilipari Műszaki és Tudományos Egyesület tűzte zászlajára. A projektbe a TMTE mentorként jelentkezett be; az első lépésnek a szükséges információknak az érintettekhez való eljuttatását tekinti. Sikert azonban csak akkor tud elérni, ha az érintett szereplők aktivizálják magukat és rácsatlakoznak az üzleti kommunikáció innovációját jelentő eBiz programra. A TMTE ebben készséggel áll az érdeklődők rendelkezésére.

A piaci igényekre való azonnali reagálás elengedhetetlen az üzleti sikerhez, amit az ellátási lánc információtechnológiai megoldásokon keresztül történő integrálásával lehet csak elérni.

* * *

A projekt teljes anyaga megtalálható a www.ebiz-tcf.eu internet címen.